

Зайко Л. Інформаційний продукт засобів масової інформації в сучасному глобалізованому світі // Актуальні проблеми сучасної філософії та науки у глобалізованому світі : зб. наук. праць / за заг. ред. проф. П. Ю. Сауха. – Житомир : В-во ФОП Євенок О. О., 2014. – С. 157–159.

*В публікації розглянуто деякі аспекти безпосереднього впливу інформаційного продукту засобів масової інформації на буття соціуму. Наголошено на необхідності генерування об'єднавчих ідей для сучасного українського суспільства, якими потрібно наситити інформаційний продукт ЗМІ України.*

**Зайко Л. Я.**

### **Інформаційний продукт засобів масової інформації в сучасному глобалізованому світі**

Сучасний глобалізований світ багатогранний та іноді неочікуваний. Багатогранність проявляється, зокрема, у багатьох можливостях, які надаються людині для розвитку та реалізації своєї особистості у суспільних відносинах. Неочікуваність – це є результат, який суспільство отримує після регулятивних впливів на свідомість людини, зокрема, впливів через інформацію, яку надають засоби масової інформації.

Сьогодні інформація, вважають вчені, є необхідністю життєдіяльності людини в інформаційному суспільстві. Під впливом технологічних, культурних процесів глобальних змін зазнала уся парадигма (в епістемічному плані) інформаційного забезпечення суспільства.

Зазначимо, що деякі аспекти цього питання розглядалися такими українськими вченими, як А. М. Щербина, В. І. Теремко, А. Г. Костирев, а в останні роки значну увагу приділено темі впливу та маніпуляції суспільною свідомістю засобами масової інформації науковцями Російської Федерації: А. І. Мансуровою, Л. С. Набоковою, Л. С. Салемгареєвою, М. В. Славіною та ін.

Важливий безпосередній вплив інформаційного продукту засобів масової інформації на буття сучасного українського соціуму. На думку відомого українського дослідника А. М. Щербини засоби масової інформації є безпосереднім і головним інструментом для поширення повідомлень, що впливають на суспільну свідомість [3, с. 145].

Можна констатувати концептуальну зміну контенту інформаційних повідомлень електронних засобів масової інформації. Нині відбувається стрімка

зміна кількісно-якісного та аксіологічного аспектів інформаційного забезпечення ЗМІ українського суспільства, де мають місце широке маніпулювання і вплив на формування світоглядних характеристик сучасного українського соціуму.

Відомий науковець у сфері видавничої справи В. І. Теремко наголошує, що новітні технології втрутилися у світоглядну сферу і змінили спосіб життя. "Можна по-різному, – зауважив він, – оцінювати привнесені цифровою культурою переваги, ризики і загрози, але нікуди не подітися від її реальності" [2, с. 135–136].

Аби уникнути наполегливих способів маніпулювання людською свідомістю (реклама, політтехнології та ін.), необхідно будувати інформаційні канали з мінімальним впливом на аудиторію (реципієнта).

Зазначимо, що деякі кроки в цьому напрямку вже існують. У сучасному інформаційному просторі для реципієнта є можливість користуватися не лише засобами масової інформації в будь-якій формі (періодичні друковані видання, електронні ЗМІ) для отримання суспільно-значимої інформації, але й за допомогою інших комунікативних технологій (як приклад, соціальні мережі в Інтернеті) без явної форми інтернет-видання (тобто ЗМІ). Через такі інформаційні ресурси можливе отримання відеоінформації без коментарів, що є безпосереднім нав'язуванням чийхось висновків, чийсь думки. Тобто є можливість для аудиторії (реципієнта) уникнути впливу маніпулятивних технологій, які в більшій чи меншій мірі використовуються в ЗМІ, особливо на пострадянському просторі. За умови можливості реципієнтом сприйняти, обробити таку інформацію та зробити свої висновки – це може бути позитивним наслідком для суспільства в цілому. Але не вся аудиторія спроможна сприймати інформацію однаково в силу різного рівня інтелектуального та культурного розвитку.

Доречно зазначити, що не всі верстви населення мають однакові можливості доступу до інформаційних каналів. Тому в суспільстві відбувається розшарованість (різноманітність) поглядів та відношення до оточуючого світу, тобто формується кардинально протилежна філософія індивідів. На цьому фоні відбуваються непорозуміння та конфлікти у суспільному житті. Необхідне генерування об'єднавчих ідей для сучасного українського суспільства, якими потрібно наситити інформаційний продукт ЗМІ.

Своє припущення висловлює А. М. Щербина, що підконтрольне формування "нової" людини шляхом "раціонального" виховання та освіти, долучення до високих ідеалів – чергова утопія [3, с. 178]. Але це питання вимагає розгляду не як абсолюту, а як можливості. Поняття формування особистості включає соціальне

середовище, виховання, самовиховання, діяльність і спілкування [1, с. 164]. Отож, максимальне застосування усіх методів та шляхів формування свідомості людини та "долучення до високих ідеалів" – це і повинна бути основна перевага контенту інформаційного продукту засобів масової інформації.

#### **Список використаних джерел та літератури**

1. Етика : навч. посіб. / В. О. Лозовий, М. І. Панов, О. А. Стасевська та ін. ; за ред. проф. В. О. Лозового. – К. : Юрінком Інтер, 2002. – 224 с. – Бібліогр. : с. 219–221.
2. Теремко В. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : монографія / Василь Теремко. – К. : Академвидав, 2012. – 328 с. – (Серія "Монограф"). – ISBN 978-617-572-045-5.
3. Щербина А. Соціокультурна регуляція у технологіях масової комунікації : монографія / Анатолій Щербина. – К. : Академвидав, 2013. – 200 с. – (Серія "Монограф"). – ISBN 978-617-572-058-5.